Pesquisa de Mercado e Opinião

Pensamentos e sentimentos dos

Stakeholders

Do consórcio Realiza- Lima & Oliveira.

RELATORIO ESCRITO:

1- Identificação do Problema de Pesquisa
2-Hipóteses:
3- Objetivo geral
4- Objetivos específicos
5- Método de Pesquisa
6- Pesquisa exploratória
7- Pesquisa descritiva

7.1 Elaboração do questionário

a) Definição da Amostra
b) Coleta de dados
c) Analise de dados
d) Fonte de dados
e) analise de resultados

1- Identificação do Problema de Pesquisa

O consórcio realiza – Lima & Oliveira atua em Manaus á quatro anos no setor de consórcios de forma ágil, transparente e legal, buscando sempre a qualidade no atendimento e a satisfação plena de seus clientes. Contando com uma equipe de profissionais qualificados, especializados em proporcionar uma relação de confiança e segurança junto ao cliente, através de um trabalho comprometido e responsável. Mas ainda não investiram em campanhas de propaganda e divulgação para que o público-alvo conheça e perceba a empresa como referência de qualidade e atendimento personalizado. Devido à falta de divulgação a empresa não sabe o que o seu público – alvo pensa e como se sentem em relação à marca, por isto, solicitou uma pesquisa de mercado para que através da coleta de dados se obtenha esta resposta. Visto que o objetivo principal do consórcio realiza – Lima & Oliveira é transmitir credibilidade e alcançar o seu público-alvo afim de que percebam a qualidade de atendimento personalizado oferecido e como empresa de referência em seu segmento.

Entretanto o obstáculo que impede a empresa se posicionar como referência ao público é que a mesma desconhece como seu público de Manaus à enxerga. Dessa forma não podendo conhecer e atender as necessidades de seus clientes.

2- Hipóteses:

Realização de uma pesquisa de mercado quantitativa/qualitativa que revele as características do público da empresa e como ele à enxerga.

3-Objetivo geral:

Identificar e conhecer o público da empresa que seja feito um planejamento de posicionamento de mercado.

4- Objetivos específicos:

4.1- Identificar o nível de aprovação dos consumidores em relação à marca
4.2- Identificar como a marca é percebida pelos *stakeholders.*
4.3- Revelar forças e fraquezas a partir da visão do consumidor.

5- Método de Pesquisa

Para a realização deste trabalho desenvolveu-se uma pesquisa quantitativa que foi aplicada ao público-alvo do Consórcio Realiza Lima & Oliveira. O presente tópico tem como objetivo descrever as diferentes fases da pesquisa de mensuração do grau de aprovação e identificação de como a marca é percebida pelos consumidores.

Buscando compreender as relações de consumo em profundidade através de uma análise qualitativa. Determinadas as informações a serem obtidas, tais como: Que imagem tem da Marca, levantamento de opiniões sobre o tema, fala e reações. Caráter exploratório, possibilitando o surgimento de impressões emocionais.

No caso deste trabalho a pesquisa exploratória estabeleceu as prioridades para a elaboração da pesquisa de percepção e do questionário descritivo que foi aplicado.

6- Pesquisa exploratória

Nesta etapa foram levantados os atributos relevantes a serem aplicadas na etapa qualitativa da pesquisa através de abordagem informal em um grupo de dez pessoas, todas elas consumidoras de consórcio, mas não necessariamente clientes da Realiza Lima & Oliveira. Foram expostos a elas 12 cartões com nome e logotipo de 10 Consórcios de Manaus. Após excluir as cartas dos consórcios que não conheciam o pesquisado deveria em grupos de três cartões selecionar os dois que mais se assemelhavam entre si e justificar por que. Através dos fatores e atributos levantados, formaram-se os tópicos a serem explorados e elaborou-se o questionário. Dez pessoas foram suficientes para a construção do questionário visto que as respostas foram bastante repetitivas, tornando desnecessário um maior número de entrevistados.

7 Pesquisa descritiva

Instrumento utilizado: Questionário

7.1Elaboração do questionário:

O questionário elaborado compõe, 8 questões onde as 3 primeiras avaliam como a marca é percebida e sentida pelos consumidores, através de escolhas optativas entre SIM E NÃO, onde na avaliação de conhecimento o SIM se refere a conhecer a empresa e o NÃO se refere a não conhecer. Na avaliação de interesse (Pergunta 2) foi utilizado uma escala de 0 á 5 onde o número 1 é nada interessante e o 5 Muito interessante. As questões seguintes (3 e 4) se referem à percepção e ao sentimento que o consumidor tem sobre a empresa consórcio Realiza Lima & Oliveira, através de questões optativas que traduzem o sentimento que tem em relação marca. A questão cinco apresenta-se com o intuito de detectar se a marca transmite credibilidade ao consumidor. As questões finais (6,7 e 8) avaliam o interesse do consumidor em participar, utilizar e recomendar a marca, as perguntas foram feitas através de questões optativas entre SIM, NÃO e TALVEZ.

A) Definição da Amostra

Os questionários foram aplicados no Feirão de carros da Cidade Nova, na Avenida Max Teixeira no pátio da autoescola Neves, que aconteceu no domingo dia 21/05/2017 durante uma manhã - horário comercial, totalizando uma amostra de 109 pessoas. Todos os consumidores que estivessem presentes no feirão e estivessem dispostos a participar da pesquisa poderiam respondê-los.

B) Coleta dados:

Nas duas primeiras horas, os questionários foram oferecidos aos consumidores da seguinte maneira: Abordando os consumidores em potencial, e explicando a importância da pesquisa, entregando em mãos os questionários àqueles que aceitaram respondê-lo. A aceitação do público foi altíssima e índice de respondentes aos consumidores em potenciais. Em 3 horas, os 109 questionários foram respondidos. Este número foi de acordo com o esperado, e percebeu-se que a abordagem estava sendo feita de maneira correta.

C) Análise de Dados

De posse dos dados resultantes da pesquisa, a análise foi realizada através do programa Word e foi descoberto o quanto a marca é conhecida pelos consumidores e como os mesmos se sentem e o que pensam em relação à marca de consórcio Realiza lima & Oliveira, e a probabilidade de participar, usar e recomendá-la para amigos e familiares e conhecidos. Desta forma, pôde-se avaliar independentemente cada um dos atributos através das seguintes divisões: Quanto à marca é conhecida, como se sentem e o que pensam, participação, uso e recomendação.

D) Fonte dos Dados

Foram usados dados primários, as informações da pesquisa foram obtidas através de um pesquisador usando coleta de dados, com o intuito de recolher informações até então desconhecidas

E) Análise de Resultados

A pesquisa revelou que entre as10 pessoas entrevistadas em três horas - a quantidade de consumidores que conhecem a marca foi de 40% os outros 60% que não conheciam responderam conhecer outras marcas. O estudo apontou ainda que os 20% dos entrevistados se agradavam muito da marca, 10% se agradavam, 7% não se agradavam 2% odiavam e 1% era indiferente. Ainda nesta categoria, 20% dos entrevistados responderam que a sua visão em relação à empresa era excelente, 10% muito boa, 3% boa 3% regular 2% ruim. 2% péssima. Na pergunta discursiva sobre a credibilidade que a marca passava ao consumidor, 75% demonstraram através de sua resposta associação positiva em relação a credibilidade. Na categoria de participação, uso e recomendação, 92% dos entrevistados responderam que participariam de uma promoção realizada pela marca e 89% utilizariam o aplicativo se fosse lançado, e 65% recomendaria a empresa consórcio Realiza Lima & Oliveira para familiares, amigos e conhecidos.

A partir desta análise de dados identificamos que o número de pessoas que conhecem a marca Realiza foi abaixo do esperado, entendemos que público-alvo do consórcio Realiza Lima & Oliveira que a conhecem sentem-se bem e se agradam da forma como a marca se apresenta e como atende seus clientes. A maioria dos entrevistados demonstrou que sua opinião sobre o seguimento é positiva e favorável. Sobre a participação de uma promoção e utilização de um aplicativo da marca, a grande maioria dos pesquisados mostrou aceitação e envolvimento, o que superou as expectativas da pesquisa. Por fim mais da metade dos entrevistados passariam recomendações sobre a marca a diante.

Recomendamos que a empresa consórcio Realiza-Lima & Oliveira dê ênfase ao diferencial de seu atendimento adequando-o as novas tecnologias para atrair consumidores em potencial e facilitar o acesso de seus clientes impulsionando-os a fidelização. E investir também na sua estratégia de marketing e em ações no sentido de fortalecimento da imagem da marca como uma campanha publicitária institucional, com o intuito de divulgar a empresa como um todo, conceituar, fixar sua imagem, informando o seu seguimento de atuação, objetivando e estabelecendo o reconhecimento da marca. Alternativa que agregará valores será através de uma campanha publicitária promocional onde a campanha de promoção trará interatividade com o consumidor, além de divulgar o produto tornando a marca reconhecida e levando o consumidor a ação de compra, para também acelerar as vendas e manter contato direto com o público-alvo e bloquear a ação da concorrência, neste seguimento que é altamente competitivo.

ANEXOS: QUESTIONÁRIO E GRAFICOS

a. Questionário de Pesquisa utilizado

O consórcio Realiza – Lima & Oliveira atua em Manaus á quatro anos no setor de consórcios de forma ágil, transparente e legal, buscando sempre a qualidade no atendimento e a satisfação plena de seus clientes. Contando com uma equipe de profissionais qualificados, especializados em proporcionar uma relação de confiança e segurança junto ao cliente, através de um trabalho comprometido e responsável.

1-Você conhece o Consórcio Realiza Lima & Oliveira?

SIM ( ) NÃO ( ) Se não, conhece outra administradora de serviços de consórcios? Cite o nome.

____

2-Em uma escala de 0 a 5 em que 1 é nada interessante e 5 é muito interessante, o quanto você achou a empresa consórcio Realiza Lima & Oliveira interessante?

0 1 2 3 4 5

3- Assinale a alternativa que corresponde como você se sente em relação à marca consórcio Realiza Lima & Oliveira.

(A) AGRADA-ME MUITO (B) ME AGRADA (C) NÃO ME AGRADA (D) ODEIO (E) INDIFERENTE

4- Assinale a alternativa que mais se assemelha a visão você tem sobre empresa Consórcio Realiza – Lima & Oliveira

(A) Excelente (B) Muito Boa (C) Boa (D) Regular (E) Ruim (F) Muito ruim (G) Péssima

5- Você se sente seguro em relação ao consórcio Realiza – Lima & Oliveira?

____

____

____

6 – Se o Consórcio Realiza Lima & Oliveira disponibilizar um aplicativo para facilitar e tornar mais cômodo o acesso à empresa e seus serviços, você utilizaria?

( ) SIM ( ) NÃO ( ) TALVEZ

7- Você participaria de uma promoção realizada pelo consórcio Realiza Lima & Oliveira?

( ) SIM ( ) NÃO ( ) TALVEZ

8- Você recomendaria o Consórcio Realiza Lima & Oliveira para amigos, parentes ou conhecidos?

( ) SIM ( ) NÃO ( ) TALVEZ

GRAFICOS DE DADOS COLETADOS NA PESQUISA

OPINIAO DOS CONSUMIDORES EM RELAÇAO AO CONSORCIO REALIZA